

长虹调产业甩包袱 转型互联网

■ 刘浩 报道

继去年 10 月,四川长虹董事长赵勇首次向外界阐述公司全面转型的“家庭互联网”战略后,其日前再度抛出重磅消息,称“公司将启动新一轮的内部改革”。

5 月 28 日,赵勇在四川长虹 2013 年年度股东大会上直言,公司今年将对产业进行调整,对不符合公司战略、对发展造成拖累的子公司,进行战略重组或者退出。

四川长虹企业策划部部长刘海中在接受采访时表示,“目前我还未得到相关产业调整的具体信息”,但据接近长虹的消息人士透露,四川长虹新的体制机制转型已经启动。

有家电业内人士分析认为,“四川长虹作为一家老牌国企,目前就像一个身材臃肿的胖子,而想要转身快跑,就需要甩掉那些‘赘肉’。而此次改革,将被视为其转型家庭互联网真正迈出的第一步”。

针对此次产业调整,主营等离子面板制造的四川虹欧显示器件有限公司(以下简称虹欧公司)已连续亏损。同时,长虹主营业务中毛利率较低的数码影音等项目,亦受到外界的关注。

转型:向以制造为基础的 服务商转型

今年第一季度,四川长虹围绕“家庭互联网”战略,相继推出 CHIQ(启客)系列智能电视、智能冰箱和智能空调。赵勇表示,想要在这场战略转型的战役中取得胜利,就需要公司革新内部管理,推动机制体制改革。

资深家电产业观察家梁振鹏认为,“长虹这么多年来给外界感觉就是暮气沉沉、拖沓臃肿、效率缓慢,对市场敏感度低,而其体制也决定了不像民营企业那么灵活。同时,近两年,IT 化和互联网化严重冲击了传统家电产业,因此,想要应对互联网浪潮带来的冲击就必须转型”。

赵勇坦言,“公司这些年的发展形成了 200 多家子公司。下一步,将对不符合公司现有发展战略、拖累公司业绩的子公司进行战略重组,对公司发展战略中的薄弱环节采取并购的方式去弥补。”

赵勇透露,近期,四川长虹的转型工作将聚焦三大领域,首先是推进企业机制体制改革,重点是加快国有体制、机制改革,理顺企业与政府、董事会与经营层,母公司与子公司的关系;其次是对公司加紧产业调整和布局;最后是建立以产品经理



为核心的内部管理体制。

“不久之后大家就可以看到,公司的经营层将发生较大变化。一是公司董事会成员与经营层的重叠度将大大降低,二是经营层将承担真正的经营任务”,赵勇同时表示。

赵勇最后表示,公司还会聚焦智能研发、智能制造、智能交易,将公司硬件、软件等资源统一集成到云端的开发系统,全面改革公司现有的物流、服务体系,并最终实现由传统家电制造商向智能终端及服务提供商的转型。

分析:淘汰或重组哪些项目

“目前,四川长虹的彩电、白电、压缩机等业务一直保持着不错的利润率,但其他一些业务板块,尤其是等离子面板(PDP)项目,对长虹的业绩拖累甚大”,中国电子商会副秘书长陆刃波表示。

一直以来,等离子项目都被业内视为四川长虹最大的“包袱”,而面对此轮改革,虹欧公司似乎首当其冲。据四川长虹 2013 年报显示,虹欧公司 2013 年净亏损 3.47 亿元,而 2012 年更是亏损 7.38 亿元。

虽然刘海中在接受采访时没有透露虹欧公司的“去向”问题,但多名家电业内分析人士均认为,其“砍掉”的可能性不大,但未来可能会面临向商用市场转型,甚至是改造。

据市场调查机构奥维咨询(AVC)数据显示,2014 年 1-4 月,等离子电视线下销量 248 万台,同比下降 64.52%;其销量仅占

整个平板电视总销量的 1.99%,而去年同期为 4.56%。有业内人士预测,未来 3-5 年,等离子电视将彻底退出民用消费市场。

资料显示,从 2008 年开始,先锋、日立先后宣布退出 PDP 面板生产。2013 年 10 月,世界最大的等离子电视生产厂商日本松下公司宣布停止生产等离子电视面板,并决定出售作为生产基地的日本兵库县尼崎工厂。而目前全球的 PDP 生产商只剩下三星、LG、长虹等企业。

另据国内媒体此前报道称,在连年亏损和市场萎靡之下,虹欧公司已在主动控制产能,并实施了间歇性生产。

上述人士同时指出,“虽然等离子电视相对于液晶电视而言,拥有显示画质好、色彩还原度高、没有残影和拖尾等优势,但由于上游产业链缺失,导致整个市场快速萎缩。不过,在商用领域,包括教育、金融、医疗等一些大屏幕显示、拼接领域还拥有一定的市场”。

陆刃波则认为,“长虹不会轻易让投资几十个亿的项目白白打水漂,未来虹欧公司可能面临着技术改造或技术升级,推出更有市场前景的商用产品,比如用于能源、太阳能的玻璃基板等”。

此外,另据四川长虹 2013 年年报显示,公司主营业务中的通讯、数码影音均属于低毛利率产品,甚至数码影音产品的毛利率为 -3.33%。“因此,通讯产品和数码影音产品极有可能属于本次将要淘汰的项目”,陆刃波认为。

据长虹内部人士透露,目前,数码影

音产品在整个集团的占比极小,主要涉及到 MP3/MP4、GPS 导航仪、数码相框等品类。

而对于长虹通讯产品的前景,梁振鹏认为,“手机作为其家庭互联网战略中的重要一环,肯定不会放弃。但未来怎么做,目前还不好说”。

解读:转型互联网在路上

从赵勇在股东大会上发言,我们不难看出,四川长虹已经走在了转型互联网的道路上,而且只能前行,没有回头路。

刘海中也坦言,传统制造企业的转型不可能一蹴而就,需要给我们更多的耐心和宽容。“虽然外界十分看好 CHIQ 电视的前景,但冰箱和空调产品大规模投入市场是在第二季度,因此,仍需要接受市场的考验。接下来,长虹还将会发布更有创新性的内容和项目”。

“长虹的优势在于,早于其他家电企业提出了系统化的家庭互联网战略,而下一步,就需要‘接地气’,长虹需要加强的不仅是产品的落地,更是要增强产品的竞争力。目前,除了 CHIQ 电视,其冰箱和空调产品的竞争力还没有淋漓尽致地体现出来”,梁振鹏表示。

“同时,随着互联网的发展,传统行业触电已成为未来趋势,电商在家电销售中扮演着越来越重要的角色”,梁振鹏指出,“虽然四川长虹已在新渠道转型上取得了一定的突破,但目前还只是处于起步阶段,爆发式增长还有待持续”。

数据显示,2013 年,四川长虹电商销售额同比增长 400%。刘海中表示,公司今年将强化电商整体规划和布局,同时也将加强线上线下的结合,推进实体店的销售职能逐步向体验与服务职能转变,而目前四川长虹已拥有近 7000 家自营店。

而奥维咨询(AVC)黑电事业部副总经理董敏认为,“传统家电企业面对转型压力,其未来的盈利方向在于‘用户运营’。传统企业必须在自身硬件制作规模效益的基础上,积极运用互联网思维和互联网工具,做好视频、应用、购物、游戏、大数据平台等服务,用‘服务’将企业与用户直接联系起来”。

不过,有家电业内人士表示已经真切感受到了长虹在改变。他表示,对于长虹这样有着沉重历史包袱的传统家电巨头,其家庭互联网的智能化转型任重道远。不过,从去年 10 月以来,其在营销推广上发出的声音超过了所有的竞争对手,甚至超过了向来会造势的互联网企业。

姚记扑克打“第 56 张牌” 欲跨界经营细胞工程

■ 赵阳戈 报道

一副扑克 54 张牌就是上限?这在姚记扑克看来,答案是“NO”。就在该公司与 500 彩票网合作,打出“第 55 张牌”之后不久,近日,姚记扑克打出“第 56 张牌”——计划斥资 13 亿元,将新业务拓展到细胞治疗工程领域。

如果说与 500 彩票网的合作,是公司传统业务的延伸,那进军生物医疗产业则是姚记扑克跨界经营的一大步。对此,姚记扑克工作人员对记者称,公司的参与,是欲突破现有行业的限制,希望在更广阔的平台上转型,虽然入股的生物医疗公司成立不久,但研究已有一定成果,现有产品处于小规模临床状态,同时公司的介入也会贡献自己的经验和资源,此投资对公司来说,是重要的尝试。

新公司 已有产品小规模临床

跳空高开 4 个百分点,最高冲击 7.36%,姚记扑克近日走势明显强于大盘,这源自一则消息。据悉,公司已授权经营层签订《关于上海细胞治疗工程技术研究中心有限公司引进战略投资者的框架协议》,计划采用增资的方式,支付对价 13 亿元,最终持有上海细胞治疗工程技术研究中心有限公司(以下简称细胞公司)22%的股权。

据公开信息,细胞公司成立于 2013 年 11 月 29 日,注册资本 9000 万元,是一家具有细胞治疗研发中心、细胞生产中心及细胞治疗临床应用中心为一体,具有显著转化医学特征的细

胞治疗工程技术公司。细胞公司未来业务将以癌症的细胞免疫治疗、癌症的基因检测、细胞保存及医疗大数据为主。增资后,除姚记扑克之外,其他 3 个股东上海吴孟超医学科技基金会、上海白泽生物科技有限公司、上海联新二期股权投资中心(有限合伙)将分别持有细胞公司 26%股权。

有意思的是,姚记扑克主营扑克生产,就主营来看与生物医疗产业是风马牛不相及,突然涉足于此,公司是怎么考虑的?对此,姚记扑克证券部工作人员告诉投资者身份的记者,这次算是新业务大胆尝试,公司方面也会有一些背景和资源会对该投资有帮助,注入市场化运作的经验等,但不会参与经营和管理,“对方不会无缘无故出现钱就让你进”。该工作人员进一步透露,虽然细胞公司成立不久,但确实有产品相对已经成熟,疗效也有一些效果,目前正处于小规模临床的阶段,上述说法似乎与公告中“项目可行性总体较高”的描述契合。按照该人士的说法,虽然这笔投资从金额上不用开股东大会,但涉及公司重要的发展方向,可能后续会召开相应的股东大会。

主营产能逐步释放

近两年来,姚记扑克先与联众合作,以“姚记”扑克大赛、“姚联黄金联赛”线上赛和电视赛等方式相结合,以立体式品牌营销为核心,提升着自己的品牌形象。之后,姚记扑克又于 2013 年启动了与中国杂技团的合作,独家冠名其原创剧目《金小丑的梦》,并启动了全球巡演,由此在涉足文化产业的

同时,将自己的品牌在更大范围内进一步传播。2013 年 9 月,姚记扑克再出大招,与 500 彩票网签订《互联网彩票销售客户推广合作协议》,方案包括在扑克产品中插入配牌,展现活动内容,并在牌盒上印制活动抽奖码,也即是上述的“第 55 张牌”。

对于姚记扑克与 500 彩票网的合作,券商褒言为多,湘财证券就曾表示,姚记扑克选择与彩票网站合作来开发其扑克牌广告资源,主要是考虑到扑克牌玩家与彩票购买群体具有极大的相似性,使得该模式具有较高成功率,这将充分有利于扑克牌广告资源价值被市场认可以及后续的开发,若该模式取得成功,后续公司完全可以和电商、网游等互联网企业探索激活下载类似及其他方式的广告推广模式,甚至可以自己成立互联网公司进行流量变现。

记者注意到,上述所有尝试,是姚记扑克建立在传统业务稳定的基础上。数据显示,姚记扑克 2011 年至 2013 年净利润分别 725444 万元、9582.36 万元、117 亿元,同比增长率分别为 2.09%、32.09%、22.08%,由于原材料价格的下跌,2013 年全年公司毛利率达到 27.98%,2013 年四季度为 28.18%,是近年来单季最高水平。与此同时,姚记扑克募投产能也在逐渐释放,据上述公司工作人员介绍,江苏启东 2 亿副募投项目中的一条线于去年 8 月投产,今年上海安亭的 4 亿副产能也将逐步释放,全年来看大概能达到 8 亿副左右,规模效应还将进一步得到体现。不过,姚记扑克目前已经是行业老大,而老本行容量有限,开拓新的利润增长点势在必行。

化妆品巨头科蒂 重组中国业务 停售丁家宜产品

■ 徐雯 报道

6 月 4 日,记者获悉,全球最大香水公司和化妆品巨头科蒂将重组中国业务架构,包括停止销售此前收购的本土品牌丁家宜。另外,未来科蒂将通过利丰集团在中国代销部分品牌,包括阿迪达斯、芮谜和花花公子等。

科蒂由 Francois Coty 于 1904 年在法国巴黎创立,并于 2013 年 6 月在美国纽交所上市, Francois Coty 因开创现代香水业而享誉全球,2013 财年净销售额超过 46 亿美元,全球雇员约 12000 人。

目前,科蒂在中国区的总部位于苏州工业园区,目前科蒂中国约有员工 6000 人。科蒂集团旗下分为两个部门:科蒂高档化妆品部(Coty Prestige)和科蒂美容部(Coty Beauty)。

高档化妆品部 CotyPrestige 旗下销售的品牌很多,包括大家所熟知的巴黎世家(Balenciaga)、卡尔文·克莱恩(Calvin Klein)克洛伊(Chloe)、萧邦(Chopard)、大卫·杜夫(Davidoff)、兰嘉丝汀(Lancaster)、马克-雅可布(Marc Jacobs)等。

科蒂集团一位总监告诉记者,这一部门,不会受到此次业务架构调整的影响。

主要受到调整的是科蒂美容部(Coty Beauty),包括以下内容:旗下芮谜、花花公子、阿迪达斯等品牌将通过中国消费品公司利丰集团(Li & Fung)在中国代销;同时,科蒂将停止在中国出售丁家宜护肤系列产品,专注于其他品牌。

而科蒂与利丰的合作将从 7 月 1 日开始,科蒂首席执行官米歇尔-斯坎纳维尼(Michele Scannavini)在对外声明中称,这有望增强该集团在中国这个“快速增长市场”的影响力。

科蒂财报显示,截至 3 月 31 日的第三财季,科蒂净亏损 2.53 亿美元,其中包括 3.17 亿美元的非现金资产减值开支,原因是去年收购的中国化妆品品牌丁家宜未能产生预期的现金流。

“遗憾的是,科蒂大众化妆品中国区业务业绩不如预期的理想,同时影响了科蒂集团的总利润,因此,寻求另外一种可以让我们核心品牌在中国持续生存的方式,成为当务之急。”一份来自科蒂美容部(Coty Beauty)CEO 的邮件中这样提到。

丁家宜面临大幅亏损将被停售

事实上,科蒂在中国的表现一直十分尴尬,1996 年,科蒂将本土日化品牌羽西收归囊中。但 2004 年,科蒂又将羽西卖给了欧莱雅,随后基本算退出中国市场,在华业务阿迪达斯、芮谜当时也分别交给上海家化、日本高丝代销。

2010 年 12 月 6 日,科蒂集团与丁家宜宣布达成股份购买协议,在业内引起了很大的轰动。这是当时小护士“外嫁”欧莱雅、大宝“联姻”强生(中国)之后,国内化妆品行业又一收购案。

而当时,外界对科蒂收购丁家宜的普遍看法是,科蒂欲通过丁家宜的资源包括渠道重回中国。丁家宜的产品线以洗面奶、防晒等护肤产品为主,在国内的分销渠道较为完整,尤其是在二三线及以下地区拥有一定竞争优势。

丁家宜还为销售阿迪达斯提供了平台。“丁家宜提供了在中国制造及分销的平台(阿迪达斯借助丁家宜的渠道,获得了显著的销售增长)。”此前,科蒂曾在 IPO 路演中表达并购丁家宜的重要原因。

但是,与小护士等被收购的品牌一样,丁家宜也遭遇了经营困局。

此前,一位工作 10 年、曾担任科蒂中层管理者的员工接受采访时曾透露:“科蒂进驻后,其高层管理者与丁家宜原销售团队在操作理念和思维上有差异是造成现状的重要原因之一。”



谷歌为欧洲用户 提供“被遗忘”服务

美国互联网巨头谷歌(Google)于 5 月 30 日宣布,将为其欧洲用户提供一项服务,在谷歌的搜索结果中移除个人信息。

据美国谷歌公司位于德国的一名发言人 5 月 31 日确认,谷歌在欧洲地区提供“被遗忘”服务的第一天,就收到 12 万个“被遗忘”请求。

谷歌此次推出该项服务的原因则是因为欧盟本月早些时候颁布的一条名为“被遗忘权利”(right to be forgotten)的新法令。该法令称,搜索引擎的搜索结果中如出现“不相干的”且过时的个人隐私信息,在个人提出要求时应当予以删除。

谷歌表示,想要移除个人隐私信息的欧盟国家公民,可以填写在线表格提交移除申请,申请人需要在表格中提供要求从搜索结果中移除的网址链接、申请人国籍以及移除原因等信息。

但这并不表示谷歌将会对所有的移除申请照单全收。谷歌称,在受理移除申请时将会逐一评估,并将会“在个人隐私权和公众对于申请移除信息的知情权和发布权之间做出权衡”。

BBC 本月早前曾报道称,在英国人向谷歌提出的移除申请中,有超过半数要求谷歌移除的是犯罪记录链接,申请者中包括一个曾因藏有幼童虐待照片而被起诉的人。

谷歌表示将会从今年 6 月中旬开始实施此类移除工作,且移除将由人工完成,而非算法。该公司表示,信息移除过程中可能产生的纠纷将受到相关国家数据保护机构的监督。

目前搜索结果移除的权利只适用于欧洲境内的互联网服务,当用户在欧洲以外的地区进行搜索时,这些信息仍会出现。

英国《金融时报》30 日发表了对谷歌 CEO 拉里·佩奇(Larry Page)的采访,佩奇就此事表示,谷歌将遵守欧盟规定,但他同时抱怨说:“在我们监管互联网的时候,我们不会再看到过往那样的创新。”

他还表示,此项法令将“鼓励那些不如欧洲先进和进步的政府做坏事”。

(新华社)